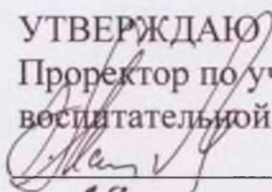


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»  
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-  
воспитательной работе

 Э.Ю. Майкова

« 28 » 10 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины по выбору вариативной части Б.1В

«Технологии продаж»

Направление подготовки бакалавров 39.03.01 Социология

Профиль: общая социология

Вид деятельности - научно-исследовательская и организационно-управленческая

Факультет управления и социальных коммуникаций  
Кафедра «Социологии и социальных технологий»  
Семестр 8

Тверь 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Лист согласования .....	3
1. Цели и задания дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП.....	4
3. Планируемы результаты обучения по дисциплине.....	4
4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы .....	5
5. Структура и содержание дисциплины.....	5
6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости.....	7
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	8
8. Материально-техническое обеспечение.....	9
9. Фонд оценочных средств проведения промежуточной аттестации.....	9
10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	9
12. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины.....	10

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы: доцент кафедры ССТ

А.В. Вайсбург

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ССТ

«20» 10 2016 г., протокол № 2.

Заведующий кафедрой

Э.Ю. Майкова

Согласовано  
Начальник учебно-методического  
отдела УМУ

Д.А. Барчуков

Начальник отдела  
комплектования  
зональной научной библиотеки

О.Ф. Жмыхова

## **1. Цели и задачи дисциплины.**

**Предметная область дисциплины** включает изучение основных принципов и этапов осуществления продаж.

**Объектом изучения** в дисциплине является процесс продажи.

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний об основных приемах, правилах и политике продаж при обслуживании потребителей услуг

Задачами дисциплины являются:

- выработка навыков построения эффективной коммуникации с заказчиком;
- формирование навыков эффективного обслуживания заказчика в процессе продажи услуг по организации и проведению социологических исследований;
- формирование представлений о покупательском поведении клиентов;
- формирование представлений о понятии, сущности и значении персональных продаж;
- рассмотрение основных этапов создания системы эффективного управления продажами;
- выработка навыков осуществления продаж.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП.**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. Для изучения курса требуются знания дисциплин «Речевая коммуникация в профессиональной деятельности», «Рекламоведение», «Связи с общественностью», «Основы делового общения», «Логика», «Теория аргументации», «Социология маркетинга».

Приобретенные знания в рамках данной дисциплины необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

## **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

### **3.1. Перечень компетенций, закреплённых за дисциплиной в ОХОП.**

- Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)
- Способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-7)

### **3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

#### **Компетенция 1 (ОК-5):**

Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

#### **Содержание компетенции:**

##### **Знать:**

- 31.1. основы делового общения и этикета
- 31.2. принципы ведения телефонных переговоров
- 31.3. принципы межличностного взаимодействия

**Уметь:**

У1.1. использовать принципы проведения телефонного разговора, технику активного слушания клиента

**Владеть:**

В1.1. основными процедурами, приемами и правилами продажи услуг в устной форме с использованием принципов межличностного и межкультурного взаимодействия

**Технологии формирования К1:** проведение лекционных занятий, выполнение практических заданий, тренингов, деловых и ролевых игр, мозговых штурмов.

**Компетенция 2 (ПК-7):**

Способностью использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности (ПК-7)

**Знать:**

32.1. основные положения процесса продажи услуг

32.2. возможности использования персональных продаж

32.3. значение технологии продаж на современном рынке, методы оказания влияния на клиента

32.4. принципы послепродажного обслуживания клиента при осуществлении консалтинговой деятельности

**Уметь:**

У2.1. осуществлять продажи по всем правилам их осуществления

У2.2. работать с жалобами и возражениями клиентов

У2.3. вести переговоры о цене при консультировании клиента

У2.4. использовать различные каналы для распространения услуг

У2.5. оказывать влияние на клиента при осуществлении консалтинговой деятельности

**Владеть:**

В2.1. навыками персональных продаж, послепродажного обслуживания, влияния на клиента при осуществлении консалтинговой деятельности

**Технологии формирования К2:** проведение лекционных занятий, выполнение практических заданий, тренингов, деловых и ролевых игр, мозговых штурмов.

**4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы.**

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетных единиц	Академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	3	108
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>		45
В том числе:		
Лекции		15
Практические занятия (ПЗ)		30
Семинары (С)		не предусмотрены
Лабораторный практикум (ЛР)		не предусмотрен
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>		63
В том числе:		
Курсовая работа		Не предусмотрена

Реферат		не предусмотрен
Другие виды самостоятельной работы:		не предусмотрены
Подготовка к практическим занятиям, деловым и ролевым играм		60
Контроль текущий и промежуточный (балльно-рейтинговый, зачет)		3 (зачет)

### 5. Структура и содержание дисциплины.

Структура и содержание дисциплины построены по модульно-блочному принципу. Под модулем дисциплины понимается укрупненная логико-понятийная тема, характеризующаяся общностью использованного понятийно-терминологического аппарата.

#### 5.1. Структура дисциплины.

Таблица 2. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы.

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лек-ции	Практич. занятия	Сам. работа
1	Общие принципы покупательского поведения	49	7	12	30
2	Основные принципы и этапы персональной продажи	59	8	18	33
Всего на дисциплину		<b>108</b>	15	30	63 (зач)

#### 5.2. Содержание дисциплины.

##### МОДУЛЬ 1 «Общие принципы покупательского поведения»

Покупательское поведение: понятие и сущность. Факторы, определяющие поведение покупателей социологических услуг. Понятие и сущность социологического сервиса. Основные характеристики маркетинга «легендарного сервиса». Основные теории мотивации. Понятие и сущность обмена. Структура социологической услуги. Особенности продажи социологических услуг.

Основные функции процесса продаж. Барьеры для осуществления продаж социологических услуг. Основные задачи управления продажами. Этапы создания эффективного управления продажами. Методы прогнозирования продаж. Работа с персоналом. Подготовка специалиста-социолога к работе с потребителями. Политика продаж. Стимулирование продаж. Роль технологии продаж в современном бизнесе.

##### МОДУЛЬ 2 «Основные принципы и этапы персональной продажи»

Понятие и этапы персональной продажи. Особенности личной продажи социологических услуг. Процесс принятия решения о покупке. Программы лояльности для клиентов. Послепродажное обслуживание. Работа с жалобами, возражениями и претензиями. Переговоры о цене. Методы оказания влияния на клиента.

#### 5.3. Лабораторный практикум

Учебным планом не предусмотрены.

#### 5.4. Практические и (или) семинарские занятия.

Таблица 3. Практические работы и их трудоемкость

Порядковый номер модуля. Цели практических работ	Наименование практических работ	Трудоемкость в часах
---	---------------------------------	----------------------

<b>Модуль 1</b> Цель: формирование знаний об общих принципах покупательского поведения, навыков изучения покупательского поведения	Семинар понятие «сервис»	3
	Основные факторы покупательского поведения	3
	Маркетинг «легендарного сервиса»	3
<b>Модуль 2</b> Цель: формирование умений по использованию основных принципов персональных продаж, навыков организации процесса продажи	Умение задавать вопросы	3
	Достоинства и недостатки продукта	3
	Переговоры о цене продукта	3

### 5.5. Практикумы, тренинги, деловые и ролевые игры.

№ пп.	Порядковый номер модуля.	Примерная тематика тренинга, обучающей игры и т.д.	Трудоемкость в часах
1.	<b>Модуль 1</b> Цель: формирование знаний об общих принципах покупательского поведения	Мозговой штурм «сервис»	3
2.	<b>Модуль 2</b> Цель: формирование умений по использованию основных принципов персональных продаж	Ролевая игра «Продажа продукта»	9

## 6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости.

### 6.1. Цели самостоятельной работы

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

### 6.2. Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе, в подготовке к практическим работам, к текущему контролю успеваемости, зачету.

Вводные лекции посвящены обозначению содержания дисциплины, ее проблематики и практической значимости.

В рамках дисциплины выполняется 6 практических работ, 2 тренингов и деловых игр, которые защищаются посредством тестирования или устным опросом (по желанию обучающегося). Максимальная оценка за каждую выполненную практическую работу – 5 баллов, минимальная – 3 балла.

Выполнение всех практических работ обязательно. В случае невыполнения практической работы по уважительной причине студент имеет право выполнить письменный реферат, по согласованной с преподавателем теме по модулю, по которому пропущена практическая работа. Возможная тематическая направленность реферативной работы для каждого учебно-образовательного модуля представлена в следующей таблице:

Таблица 4. Темы рефератов

№ п/п	Модули	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
1.	<b>Модуль 1</b>	Семинар понятие «сервис» Основные факторы покупательского поведения Маркетинг «легендарного сервиса»
2.	<b>Модуль 2</b>	Умение задавать вопросы Достоинства и недостатки продукта Переговоры о цене продукта Построение персональной продажи услуги

Оценивание в этом случае осуществляется путем устного опроса проводится по содержанию и качеству выполненного реферата.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.**

### **7.1. Основная литература**

1. Виноградова, Т.В. Технологии продаж турпродукта [Текст]: учебник для вузов по направлению "Туризм" - М.: Академия, 2012. - 236, [1] с. + предыдущие издания
2. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник для экон. вузов по направлению "Экономика" и специальностям "Маркетинг", "Реклама" - Москва: Дашков и К, 2015. - ЭБС Лань. - (107136-1)

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Азимов, С. Продажи, переговоры: практика, примеры - СПб.: Питер, 2012. - 320 с.
2. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей [Текст]: учебник / Блэкуэлл, Р., Миниард, П., Энджэл, Дж. ; пер. с англ.: Е. Колотвина, Л. Круглов-Морозов - СПб.: Питер, 2010. - 943 с.
3. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник - М.: Дашков и К, 2010
4. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли [Текст]: учебник для вузов / Дашков, Л.П., Памбухчиянц, В.К., Памбухчиянц, О.В. - М.: Дашков и К, 2014. - 690 с.
5. Ефимова, С.А. Продажи VIP-клиентам, или технология работы с корпоративными клиентами [Текст] / Ефимова, С.А., Плотников, А.П. - М.: Дашков и К, 2012. - 255 с.
6. Жданова, Т.С. Технологии продаж [Текст]: учебное пособие для бакалавров - М.: Дашков и К, 2013. - 183 с.
7. Завадский, М. Мастерство продажи [Текст]: преодоление страхов потенциального клиента, выявление и развитие потребностей, использование "языка выгоды", проведение эффективной презентации, распознавание "сигналов покупки" - СПб.: Питер, 2012. - 233, [2] с.
8. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Текст]: практ. пособие - М.: Дашков и К, 2011. - 133 с.



9. Клепик, М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] - Москва: Дашков и К, 2015. - ЭБС Лань. - (107141-1)
10. Кузнецов, И.Н. Управление продажами [Текст]: учеб.-практ. пособие - М.: Дашков и К, 2013. - 491 с.
11. Медведев, П. Управление отделом продаж. Битва за эффективность [Текст] - СПб.: Питер, 2012. - 184 с.
12. Мрочковский, Н. 99 инструментов продаж. Эффективные методы получения прибыли [Текст] / Мрочковский, Н., Сташков, С. - СПб.: Питер, 2012. - 255 р.
13. Панова, А.К. Планирование и эффективная организация продаж [Текст]: практ. пособие - М.: Дашков и К, 2013. - 189 с.
14. Рысев, Н.Ю. Активные продажи [Текст] - СПб. [и др.]: Питер, 2011. - 413 с.

### **7.3. Программное и коммуникационное обеспечение**

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

<http://lib.tstu.tver.ru/index.php/obr-res>

УМК размещен:

<http://cdokp.tstu.tver.ru/site.center/emclookup.aspx?s=4&list=0&cid=5036&spid=864&sfi d=27>

### **8. Материально-техническое обеспечение**

При изучении дисциплины «Технологии продаж» используются современные средства обучения: презентации, диаграммы, схемы.

Возможна демонстрация лекционного материала с помощью оверхед-проектора (кодоскопа) и мультипроектора.

### **9. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации**

#### **9.1. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации в форме экзамена**

Учебным планом экзамен по дисциплине не предусмотрен.

#### **9.2. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации в форме зачета**

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации – «зачтено», «не зачтено».

2. Вид промежуточной аттестации в форме зачёта.

Вид промежуточной аттестации устанавливается преподавателем по результатам текущего контроля знаний с обучающимися без дополнительных контрольных испытаний.

3. Критерии проставления зачёта. Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся при условии выполнения им всех контрольных мероприятий, предусмотренных в программе, выполнении и защите всех практических работ

#### **9.3. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации в форме курсового проекта или курсовой работы**

Учебным планом по дисциплине не предусмотрен.

### **10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.**

В учебном процессе внедрена субъект-субъектная педагогическая технология, при которой в расписании каждого преподавателя определяется время консультаций студентов по закреплённому за ним модулю дисциплины.

Студенты, изучающие дисциплину, обеспечены учебниками, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению лабораторных работ, а также всех видов самостоятельной работы.

## **11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины**

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами заседаний дисциплин, форма которых утверждена Положением о рабочих программ дисциплин, соответствующих ФГОС ВО.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

дисциплины по выбору вариативной части Б.1В  
«Технологии продаж»

Направление подготовки бакалавров 39.03.01 Социология

Профиль: общая социология

Заочная форма обучения

5 курс

### 4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетных единиц	Академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	2	108
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>		12
В том числе:		
Лекции		4
Практические занятия (ПЗ)		8
Семинары (С)		не предусмотрены
Лабораторный практикум (ЛР)		не предусмотрены
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>		92+4 (зач)
В том числе:		
Курсовая работа		не предусмотрена
Контрольная работа		42
Реферат		не предусмотрен
Другие виды самостоятельной работы:		
Подготовка к практическим занятиям, деловым играм, тренингам		40
Контроль текущий и промежуточный (балльно-рейтинговый, зачет)		10+4 (зач)

### 5.1. Структура дисциплины.

Таблица 2. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы.

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Лаборат. практикум	Сам. работа
1	Общие принципы покупательского поведения	48	2	4	40+ 2 (зач)
2	Основные принципы и этапы персональной продажи	60	2	4	52+ 2 (зач)
Всего на дисциплину		<b>108</b>	4	6	92+ 4 (зач)

### 5.3. Лабораторный практикум

Таблица 3. Лабораторный практикум и его трудоемкость

Учебным планом не предусмотрен.

### 5.4. Практические и (или) семинарские занятия.

Порядковый номер модуля. Цели практических работ	Наименование практических работ	Трудоемкость в часах
---	---------------------------------	----------------------

<b>Модуль 1</b> <b>Цель:</b> формирование знаний об общих принципах покупательского поведения, навыков изучения покупательского поведения	Семинар понятие «сервис»	1
	Основные факторы покупательского поведения	1
	Маркетинг «легендарного сервиса»	2
<b>Модуль 2</b> <b>Цель:</b> формирование умений по использованию основных принципов персональных продаж, навыков организации процесса продажи	Умение задавать вопросы	2
	Достоинства и недостатки продукта	1
	Переговоры о цене продукта	1

### **5.5. Практикумы, тренинги, деловые и ролевые игры.**

Учебным планом не предусмотрены.

## **6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости**

### **6.1. Цели самостоятельной работы**

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

### **6.2. Организация и содержание самостоятельной работы**

Самостоятельная работа заключается в изучении модулей дисциплины по основной и дополнительной литературе, в подготовке к практическим заданиям и их защитах, в выполнении контрольной работы, зачету.

После установочных лекций, на которых дается краткое содержание дисциплины, ее проблематика и практическая значимость, студентам выдается задание на контрольную работу.

Контрольная работа состоит из 1 задания, соответствующего модулю 2. Допускается оформление работы как на белой бумаге формата А4, так и в тетради в клетку. Выполненная работа сдается на кафедру до начала сессии лично, либо по электронной почте преподавателю.

В рамках дисциплины выполняются 6 практических работ, защита которых производится посредством устного опроса. Максимальная оценка за каждое выполненное практическое задание – 5 баллов, минимальная – 3.